

Penerapan *Digital Marketing* sebagai Upaya Peningkatan UMKM Keripik Pepaya di Desa Lubuk Enau

Herlin Zafitry^{1*}, Nina Eka Triyani², Muhammad Ichsan Aziz³,

Siti Komariah Hildayanti⁴, Reny Aziatul Pebriani⁵,

Herda Sabriyah Dara Kospa⁶

2021510014@students.uigm.ac.id^{1*}, 2021510139@students.uigm.ac.id²

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen

⁵Program Studi Akuntansi

⁶Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Indo Global Mandiri

Received: 10 08 2024. Revised: 03 09 2024. Accepted: 06 10 2024

Abstract : The ever-evolving technological transformation can produce innovations that attract public attention over time. Digital marketing is a form of effort that uses digital media, such as the internet, to promote and market a brand. However, the lack of understanding of village communities regarding sales in the market is a problem that needs to be understood. Lubuk Enau Village is a place for community service activities. This social service activity was carried out by KKN-Thematic students of the Faculty of Economics, Universitas Indo Global Mandiri, in the context of Sustainable Entrepreneurship Development Efforts in Lubuk Enau Village. This guidance is expected to make it easier for MSME economic actors to create a marketplace that aims to sell processed culinary products such as Instagram, Facebook, WhatsApp, and other e-commerce. Increasing online sales promotions aims to expand the marketing of papaya chips so that it can increase the economy of business actors.

Keywords : Digital Marketing, MSMEs, Papaya Chips.

Abstrak : Transformasi teknologi yang terus berkembang dapat menghasilkan inovasi yang menarik perhatian masyarakat seiring berjalannya waktu. Pemasaran digital adalah suatu bentuk upaya yang menggunakan media digital, seperti internet, digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan suatu *brand*. Namun pemahaman masyarakat desa yang kurang mengenai penjualan di pasar menjadi permasalahan yang perlu dipahami. Desa Lubuk Enau menjadi tempat kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan bakti sosial ini dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-Tematik Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri, dalam rangka Upaya Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan di Desa Lubuk Enau. Pembinaan tersebut diharapkan dapat memudahkan para pelaku ekonomi UMKM untuk membuat *marketplace* yang bertujuan untuk penjualan produk olahan kuliner seperti *instagram facebook, whatsapp*, dan juga *e-commerce* lainnya. Peningkatan promosi penjualan *online* bertujuan untuk memperluas pemasaran keripik pepaya sehingga dapat menambah perekonomian para pelaku usaha.

Kata kunci : *Digital Marketing*, UMKM, Kripik Pepaya.

ANALISIS SITUASI

Di era kemajuan teknologi yang bergerak begitu cepat seperti sekarang, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan untuk tetap kompetitif. Salah satu cara yang efektif adalah dengan memanfaatkan promosi digital. Namun, masyarakat di Desa Lubuk Enau, Kabupaten Muara Enim, masih belum sepenuhnya memahami potensi teknologi digital untuk pemasaran produk mereka. Karena itu, pelatihan intensif mengenai penggunaan media digital seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan *platform* lainnya sebagai alat pemasaran sangat dibutuhkan oleh masyarakat desa ini. Dalam dunia usaha yang semakin digital, pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan produk mereka. Teknologi modern tidak hanya membantu mempromosikan produk, tetapi juga memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk menganalisis data yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis mereka (Sagita dan Wijaya, 2022). Selain itu, strategi pemasaran yang tepat sangat penting agar produk dapat diterima oleh target pasar yang diinginkan. Keberhasilan sebuah usaha sangat bergantung pada seberapa efektif strategi pemasaran yang diterapkan.

Desa Lubuk Enau sendiri kaya akan potensi alam, dengan hasil utama dari perkebunan kelapa sawit, karet, serta berbagai buah-buahan dan sayuran. Dua hasil yang paling menonjol adalah buah nanas dan pepaya. Sayangnya, selama ini hasil perkebunan hanya dijual di desa-desa tetangga tanpa pengolahan lebih lanjut yang dapat meningkatkan nilai jual. Namun, pada saat pelaksanaan KKN-Tematik Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) yang berlangsung di Desa Lubuk Enau pada 3 Juli hingga 7 Agustus, mahasiswa memutuskan untuk mengembangkan potensi pepaya, yang pada waktu itu sedang dalam musim panen. Ide inovatif ini melahirkan produk baru: keripik pepaya. Keripik pepaya sangat mudah diproduksi dan memiliki daya tarik yang besar sebagai camilan unik. Selain menarik minat masyarakat luas, produk ini juga dapat membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat Desa Lubuk Enau, membantu mereka meningkatkan pendapatan keluarga. Ini adalah salah satu contoh nyata bagaimana pengolahan hasil alam yang kreatif, ditambah dengan pemasaran digital yang efektif, dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara signifikan.

SOLUSI DAN TARGET

Untuk mengatasi masalah yang terjadi di Desa Lubuk Enau Mahasiswa KKN-Tematik Universitas Indo Global Mandiri melakukan pelatihan pada hari selasa 30 Juli 2024. Target Dari pelatihan ini untuk meningkatkan dan menambah pemahaman masyarakat akan

pentingnya teknologi digital sebagai media pemasaran dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Solusi dari masalah ini ialah dengan memanfaatkan hasil pertanian masyarakat seperti Buah pepaya yang diolah menjadi keripik pepaya dan dipasarkan menggunakan media pemasaran digital seperti *Instagram, Facebook, WhatsApp Businnes* dan media digital lainnya (Tuntang et al., 2023).

METODE PELAKSANAAN

Observasi adalah proses mengamati dan mencatat fenomena atau kejadian secara sistematis dan objektif untuk memperoleh informasi atau data. Ini bisa dilakukan melalui pengamatan langsung atau dengan menggunakan alat bantu, dan sering digunakan dalam penelitian, pendidikan, dan berbagai bidang ilmu untuk menganalisis dan memahami pola, perilaku, atau kondisi tertentu. Menurut Karen L. Hume (2020): Dalam bukunya *Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*, Hume menjelaskan wawancara sebagai metode untuk mendapatkan informasi langsung dan mendalam dari individu. Wawancara membantu peneliti memahami makna subjektif dan pengalaman pribadi peserta. *Participatory Action Research, Community Based Research, Service Learning*. Penggunaan metode ini yaitu melibatkan masyarakat secara langsung dengan memberikan praktek lapangan bersama agar masyarakat dapat lebih memahami kegiatan yang berlangsung dan terjalinnya kerjasama.

HASIL DAN LUARAN

Pada kegiatannya Mahasiswa KKN-Tematik Universitas Indo Global Mandiri 2024 Melakukan sosialisasi kepada seluruh masyarakat Di Desa Lubuk Enau yang bertema Pengembangan UMKM Buah Pepaya Menjadi Kripik Pepaya Di Desa Lubuk Enau Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. Tujuan dari sosialisasi ini ialah untuk memberikan peluang bagi seluruh masyarakat agar dapat menambah sumber penghasilan masyarakat desa. Proses pengabdian yang telah dilakukan Mahasiswa KKN-Tematik dapat dikatakan bahwa prosesnya berlangsung tanpa hambatan dan pelaku usaha memiliki pemahaman pentingnya memanfaatkan sosial media seperti *Instagram, Facebook, WhatsApp Businnes*, dan media lainnya dengan tujuan memasarkan produk. Berikut beberapa penjelasan proses yang telah dilakukan oleh Mahasiswa KKN-Tematik.

Pada tahapan persiapan, Kelompok 11 KKN-Tematik melakukan observasi dan studi lapangan untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang menghambat kemajuan ekonomi masyarakat. Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan oleh mahasiswa

KKN-Tematik, kami menemukan permasalahan yang terjadi ialah mudahnya untuk mendapatkan bahan baku yang dapat diolah dan di inovasikan menjadi sebuah ide bisnis yang menarik. Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan oleh Mahasiswa KKN-Tematik, ditemukan solusi untuk mengatasi masalah perekonomian di Desa Lubuk Enau. Buah pepaya, yang merupakan salah satu hasil pertanian dari desa ini, mudah ditemukan dengan kualitas tinggi dan ukuran besar. Potensi pepaya tersebut dapat dimanfaatkan untuk membuat produk seperti Kripik Pepaya, yang diinginkan dapat mengoptimalkan perekonomian masyarakat Desa.



Gambar 1. Kegiatan Observasi dan Wawancara

Tahapan Pelaksanaan. Sebagai tahap awal kegiatan yaitu dengan melakukan kegiatan sosialisasi/pemberian materi kepada masyarakat Desa Lubuk Enau mengenai Manfaat Penggunaan Digital Marketing Dan Pengembangan Buah Pepaya Menjadi Kripik Pepaya. Sosialisasi ini dirancang untuk menyelenggarakan pelatihan dan memberikan motivasi kepada seluruh masyarakat desa agar dapat mengikuti kegiatan pelatihan yang kami berikan dengan baik sehingga dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk mengembangkan potensi UMKM yang ada dengan memanfaatkan *Digital Marketing*.



Gambar 2. Pelatihan pembuatan kripik

Semua masyarakat diajarkan dan dimotivasi agar dapat memanfaatkan *digital marketing* sebagai peluang yang besar bagi usaha mereka sehingga dapat melakukan

pemasaran dengan lebih luas. Pemasaran Digital yang diperkenalkan saat pelatihan yaitu seperti *Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business*. Pembuatan akun sosial media sudah dilakukan oleh para mahasiswa kkn sehingga pada saat sosialisasi langsung saja menjelaskan bagaimana cara pembuatan dan cara kerja dari digital marketing dengan memanfaatkan media sosial.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Akun dan Hasil Akun Instagram

Berikut adalah langkah-langkah dalam memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business*: 1) Buka Aplikasi *Play Store* pada perangkat hp anda, 2) Cari "*Instagram*" di pencarian, 3) Tekan tombol instal/unduh dan tunggu hingga aplikasi selesai diunduh, 4) Ketika proses unduhan selesai, buka aplikasi *Instagram* dari layar beranda perangkat anda selanjutnya setelah me;akukan pelatihan penggunaan media digital sebagai media pemasaran Mahasiswa KKN-Tematik membuat akun *instagram* sebagai media promosi untuk memasarkan produk agar bisa menjangkau konsumen yang lebih luas dan lebih berfokus pada media sosial sebagai perantara antara penjual dan konsumen.



Gambar 4. Pelatihan Penggunaan Digital Marketing

SIMPULAN

Dari hasil yang telah dijelaskan dapat ditarik kesimpulan bahwa, Di era digital yang berkembang pesat, pelaku UMKM di Desa Lubuk Enau menghadapi tantangan dalam

memanfaatkan teknologi sebagai alat pemasaran. Masyarakat desa ini membutuhkan pelatihan intensif untuk memahami potensi media digital seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dalam memasarkan produk mereka. Mahasiswa KKN-Tematik Universitas Indo Global Mandiri merespons kebutuhan ini dengan memberikan pelatihan pemasaran digital dan mengembangkan potensi lokal, seperti mengolah buah pepaya menjadi keripik. Selain mendorong inovasi produk, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar dan membuka peluang ekonomi baru, sehingga dapat membantu peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

DAFTAR RUJUKAN

- Anugrah, Reta, Haki Why Perwirianto, Maulida Zulfania, Dewi Ratih, Elvina Nadya Aprilianda, Satrio Hanif Haryawan, Mochamad Apriadi Rachmawan Putra, et al. (2022). Penerapan Branding Produk Dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3 (2): 740–46. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4702>.
- Harahap, Hamida Syari, Nita Komala Dewi, and Endah Prawesti Ningrum. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences* 3 (2): 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>.
- Nur Ahmas, Ahmad Almaududi, Tris Sutrisno, and Ina Ratnasari. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 6 (1): 124. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>
- Rahayu, Rosi Ria, Rafika Sari, Prima Darma Putra, and Endah Dewi Purnamasari. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Kripik Nanas Desa Lubuk Enau. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4 (5): 10082–87. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i5.21055>
- Retnasary, Maya, Sri Dewi Setiawati, Diny Fitriawati, and Reddy Anggara. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata* 1 (1): 76–83. <https://doi.org/10.51977/jiip.v1i1.130>
- Rizaldi, Taufiq, and Hermawan Arief Putranto. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing dan Branding Pada UMKM. *Seminar Nasional Hasil Penelitian*

- dan Pengabdian Masyarakat, 56–59.
<https://publikasi.polije.ac.id/prosiding/article/view/1186>.
- Masrizal, M. ., Sihombing, V. ., Munthe, I. R. ., Nasution, M. ., Ramadhani, S. ., & Petromak Sinaga, G. N. . (2024). Penyuluhan Optimalisasi Pemasaran Keripik Jangek, Pepaya, dan Chia Puding di Desa Gunung Selamat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 3647-3653. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3868>
- Muljanto Silajadja, Pamela Magdalena, & Trinandari Prasetyo Nugrahanti. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1001>
- Nafisa Salma Az-zahra. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM, *NCOINS : National Conference Of Islamic Natural Science* (2021). <https://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/NCOINS/article/view/47>.
- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, & Riki Gana Suyatna. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Sagita, Gita, and Zeffanya Raphael Wijaya. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1 (3): 24–31. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/37>.
- Sahputri, Sindi, Febie Juma Pristika, Aminah Cinda Kasih, Muhammad Irwan, and Padli Nasution. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM ‘Halua’ Di Desa Paya Rengas. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 3 (5): 5181–91. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5964>.
- Wardani, D., Sari, R. ., Putra, P. D. ., & Purnamasari, E. D. (2023). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Produk Keripik Nanas Di Desa Lubuk Enau: Indonesia-Inggris. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 10260–10263. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i5.19865>